

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kondisi persaingan industri makanan dan minuman saat ini telah berkembang pesat seiring dengan perubahan teknologi serta perekonomian, dimana hal ini sejalan dengan peningkatan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen. Persaingan pada bidang industri ini menjadikan salah satu peluang dan tantangan bagi para pelaku usaha dagang sebagai produsen untuk terus memproduksi produk-produk yang berkualitas, bervariasi dan dapat bersaing dengan produk-produk lain yang sejenis serta untuk mempertahankan eksistensi dagangannya dimasa yang akan datang. Untuk itu, suatu perusahaan harus pandai melihat peluang serta menentukan strategi yang tepat dan efektif untuk memenangkan persaingan dalam pasar.

Pelaku usaha dan perusahaan disarankan agar lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang mampu di kendalikan oleh perusahaan dengan lebih baik agar keinginan konsumen dan pelanggan dapat terpenuhi. Kualitas pelayanan dianggap sebagai sebagai salah satu evaluasi kognitif atau pembangunan cara berfikir manusia yang termasuk didalamnya adalah daya ingat yang bersifat jangka panjang bagi para konsumen dan pelanggan terhadap pemberian jasa bagi suatu perusahaan. Pada umumnya pelanggan akan merasakan kepuasan tersendiri ketika diberikan pelayanan yang baik dari perusahaan atau pelaku usaha dan sesuai dengan harapan pembeli tersebut.<sup>2</sup>

Dalam hal ini, kualitas pelayanan merupakan salah satu komponen yang harus diperhatikan bagi para perusahaan atau pelaku usaha karena dianggap mempunyai daya tarik tersendiri untuk menarik hati bagi para calon pembeli dan meminimalisir bagi

---

<sup>2</sup> Handi Irawan, *Sepuluh Prinsip Keputusan pelanggan*, (Jakarta: Elexmedia Komputindo, 2002), hal. 37

pelanggan tetap sebelumnya meninggalkan perusahaan terkait atau berpindah ke perusahaan lain. Selain itu, kualitas pelayanan juga dijadikan pertimbangan bagi seorang konsumen atau calon pembeli untuk menentukan jadi atau tidaknya membeli sebuah produk. Untuk itu produsen harus berupaya untuk memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen. Oleh karena itu para produsen harus mampu membuat konsumen merasa puas terhadap produk yang ditawarkan salah satunya yaitu dengan memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan karena hal tersebut merupakan faktor utama dalam meningkatkan tingkat kemampuan pemasar dalam memberikan nilai pada produknya dan bagaimana produk tersebut menghadirkan pengalaman konsumen yang mengesankan akan berpengaruh pada kepuasan konsumen. Dengan pelayanan yang baik maka akan dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan yaitu kepuasan kepada konsumen.

Untuk mengevaluasi mutu jasa pelayanan, sebagaimana dikemukakan oleh Zeuthaml, Berry dan Parasuraman adalah dengan menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu;<sup>3</sup> 1) Bukti langsung (*Tangibles*), yang meliputi fasilitas fisik, pegawai, perlengkapan dan sarana komunikasi 2) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang menjajikan dengan segera dan memuaskan. 3) Daya tanggap (*Responsiveness*), suatu karakteristik kecocokan dalam pelayanan manusia 4) Jaminan (*Assurance*), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan. 5) *Empathy* (Perhatian), yang meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan.

Faktor lain yang menjadi pertimbangan bagi para konsumen untuk membeli sebuah produk yaitu tentang atribut produk. Atribut produk adalah suatu komponen

---

<sup>3</sup> Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Pustaka Al-Kutsar, 2001, hlm. 23.

yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh konsumen.<sup>4</sup> Perlu diketahui bahwa atribut produk merupakan mutu, sifat yang terdapat dalam suatu produk dan mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk. Peranan atribut produk dalam usaha yaitu untuk mempengaruhi keinginan konsumen dalam menetapkan pembelian suatu produk. Kondisi tersebut dikarenakan atribut produk merupakan unsur-unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan digunakan pertimbangan konsumen dalam menetapkan produk yang akan konsumen konsumsi.

Melalui atribut produk tersebut maka dapat diketahui sejauh mana rumah makan mampu memenuhi keinginan konsumen dalam mencapai kepuasan konsumen, karena atribut dapat menceritakan sesuatu kepada konsumen tentang suatu mutu produk maupun jasa. Hal itu sangat bermanfaat bagi konsumen dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat – sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pada dasarnya indikator atribut produk syariah sama dengan atribut produk pada umumnya seperti merek, label, kemasan, jaminan, pelayanan, dan sebagainya.<sup>5</sup>

Atribut produk dan kepuasan konsumen merupakan bagian yang sangat penting untuk diperhatikan oleh sebuah rumah makan. Karena atribut produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam meningkatkan kepuasannya.

Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai sebuah evaluasi oleh seluruh sikap yang ditunjukkan oleh konsumen atas barang atau jasa yang mereka terima lebih dari harapan dari konsumen tersebut. Selain itu kepuasan konsumen juga dapat

---

<sup>4</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, BPFE, Yogyakarta, 1995, hlm. 188.

<sup>5</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran ,Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jakarta : PT. Prenhalindo, 2004, hlm. 329

diartikan dengan perasaan senang atau kecewa dari seorang konsumen setelah membandingkan kinerja suatu produk, atau kepuasan merupakan sebuah persepsi atas kinerja dan harapan.<sup>6</sup>

Kepuasan konsumen merupakan respon evaluasi pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Kepuasan seseorang dalam mengkonsumsi suatu produk dapat dilihat dari perilaku konsumen tersebut. Indikator kepuasan konsumen merupakan tolok ukur pada tercapainya tujuan pelaku usaha dalam mencapai target volume penjualan dalam setiap periode tertentu seperti emosi, harga, biaya, sistem keluhan, sasaran, fasilitas dan survei kepuasan pelanggan.

Konsumen yang merasa puas biasanya akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain atas manfaat yang diperolehnya dari produk yang telah dia beli atau dikonsumsi. Kepuasan konsumen terbentuk apabila produk yang telah dikonsumsi memberikan manfaat sesuai atau lebih dari apa yang diharapkan oleh konsumen tersebut.

Saat ini perkembangan bisnis kuliner di Kota Blitar sangat pesat dan terdapat berbagai persaingan dalam memasarkan sebuah produk, salah satunya adalah bisnis di bidang makanan cepat saji. Dalam hal ini makanan cepat saji merupakan istilah yang digunakan untuk jenis makanan yang berbasis ayam, *pizza*, dan *sandwich*.<sup>7</sup> Bisnis di bidang makanan cepat saji terjadi karena gaya hidup yang mengalami perubahan dan perkembangan. Dengan menawarkan menu yang bervariasi, dapat dengan cepat disajikan dan lokasi yang bersih dan rapi, daya tarik serta minat masyarakat akan

---

<sup>6</sup> Ihzan Fauzi, *Marketing For Teen: Cara Mudah Belajar pemasaran*, (Surakarta: Pt. Era Intermedia, 2008) hal. 32

<sup>7</sup> Imam Santoso, "Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Vol. 15, No. 1" (Malang: Universitas Brawijaya, 2016), hal. 95

bertambah untuk membeli makanan cepat saji.

Dalam hal ini, penulis akan melakukan sebuah penelitian di salah satu gerai makanan cepat saji yang terdapat di Kota Blitar yaitu Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar. Saat ini pada tahun 2019, terdapat 114 cabang Gerai Ayam Geprek Sa'i di seluruh Indonesia dan 3 cabang terdapat di Kota Blitar antara lain terdapat di Jln Kalimantan, Jln Semeru, dan di Jln. Cemara.<sup>8</sup>

Ayam Geprek Sa'i adalah gerai makanan cepat saji dengan manajemen kemitraan berbasis syariah yang bergerak di bidang restaurant siap saji dengan produk unggulannya yaitu: berbagai olahan ayam, steak dan nasi goreng, dengan konsep menyajikan makanan yang sehat, halal dan berkualitas serta cita rasa yang sangat khas. Gerai makanan cepat saji ini tidak hanya menarik pelanggan dengan sajian produk olahan ayam melainkan juga menyajikan paket promo dengan harga yang terjangkau.

Selain itu, Gerai Ayam Geprek Sa'i ini dijalankan dengan sistem manajemen syariah. Mereka menerima franchise dengan sistem kemitraan bagi hasil, Semua makanan yang dijual dipastikan halal. Setiap pada hari Jumat, Gerai Ayam Geprek Sa'i juga sering memberikan promo. Seperti halnya, konsumen dapat mengambil tambahan nasi sepuasnya. Gerai Ayam Geprek Sa'i ini juga sering memberikan sedekah makanan untuk para penghafal Qur'an dan mengadakan event terkait. Tak hanya mengutamakan keuntungan, mereka juga memikirkan sumbangsih untuk sesama.

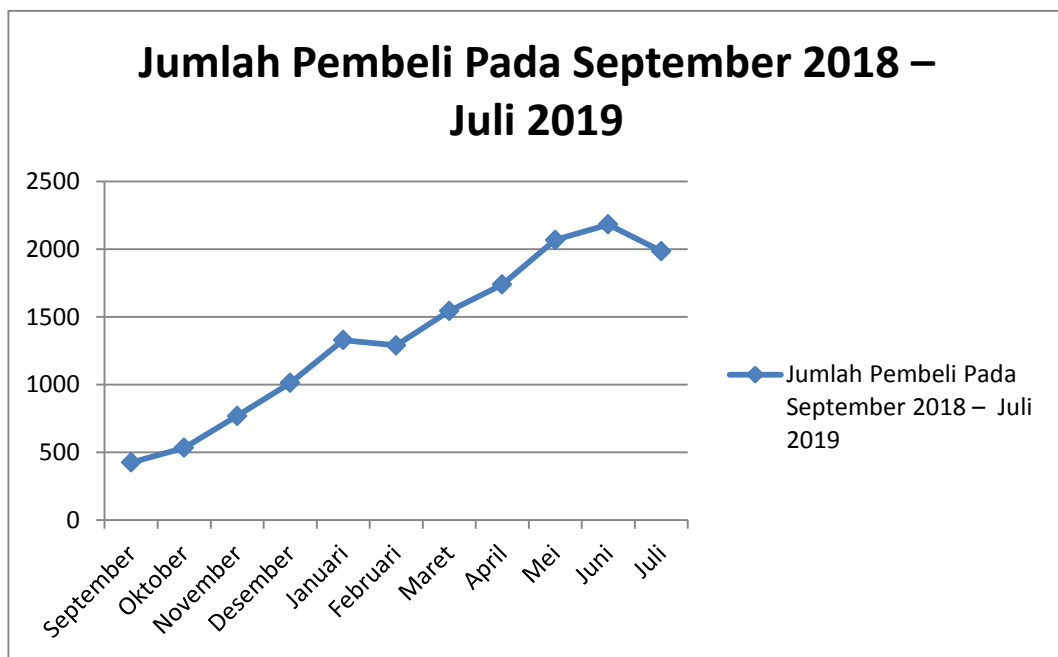
Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar didirikan pada September 2017 dengan 30 karyawan dan tiga pengelola. Pengunjung Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar saat ini telah mencapai ratusan bahkan ribuan pengunjung dalam satu bulan. Dengan pelayanan yang ramah, harga yang terjangkau, lokasi yang steril dan strategis, mampu menarik perhatian konsumen dan calon konsumen datang di Gerai Ayam

---

<sup>8</sup> Wawancara Dengan Pak Aris Hermawan Selaku Pengelola Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar, pada 13 April 2020 pkl. 11.30 WIB

Geprek Sa'i untuk menikmati produk dan jasa yang telah ditawarkan oleh pihak Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar, yang mana hal ini memiliki dampak positif terhadap kepuasan para konsumen. Setiap harinya, restoran ini tidak pernah sepi dari pengunjung, berikut data jumlah pembeli di Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar dari tahun 2019– 2020.<sup>9</sup>

**Gambar 1.1 Data Jumlah Pembeli Pada September 2018-2019**



Sumber: Data Kunjungan pembeli Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar

Dari grafik 1.1 diatas dapat ditarik sebuah benang pendapat bahwasanya pada September 2018 sampai dengan Juli 2019, jumlah pembeli mengalami beberapa peningkatan yang luar biasa dan sedikit penurunan pembeli setiap bulannya. Dengan jumlah pembeli dan pengunjung yang tergolong banyak, Gerai Ayam Geprek Sa'i dapat dikatakan cukup diminati oleh masyarakat. Beberapa faktor yang di antaranya adalah pelayanan yang ramah, sopan serta memperhatikan kebutuhan dan keluhan para konsumen juga tentunya dilakukan dengan hati tulus, ikhlas dan mengharap ridho Allah SWT. Selain itu, kualitas produk yang

<sup>9</sup> Data Kunjungan Pembeli Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar

ditawarkan sesuai dengan ekspektasi konsumen serta harga yang ditawarkan cukup terjangkau dapat memotivasi para konsumen untuk datang kembali dan terlebih lagi akan mengajak teman maupun saudaranya untuk menikmati produk dan jasa dari Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar.

Dari beberapa uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan dari konsumen dalam menikmati produk berupa barang maupun jasa dari gerai makanan cepat saji Ayam Geprek Sa'i Blitar. Dengan demikian judul yang diangkat peneliti adalah “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar”.

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Fluktuasi jumlah konsumen setiap minggu menyebabkan target penjualan kurang optimal.
2. Kualitas pelayanan di Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar masih perlu ditingkatkan.
3. Bertambahnya jumlah pesaing dengan produk yang sama.
4. Konsumen yang semakin sadar terhadap pentingnya kesehatan dengan memperhatikan label produk yang dikonsumsi.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, dapat penulis paparkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar ?
2. Apakah atribut produk syariah berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan atribut produk syariah berpengaruh secara simultan

terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar ?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar.
2. Untuk menguji pengaruh atribut produk syariah terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan atribut produk syariah secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

##### **1. Kegunaan Teoritis**

- a. Sebagai bahan untuk memperluas wawasan ilmu pengetahuan tentang berbagai macam hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Khususnya kepuasan konsumen pada Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar.
- b. Memberikan gambaran sejauh mana kualitas pelayanan dan atribut produk syariah mempengaruhi kepuasan konsumen pada Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar.

##### **2. Kegunaan Praktis**

###### **a. Bagi Akademik**

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan atribut produk syariah terhadap kepuasan konsumen.

###### **b. Bagi Penelitian Selanjutnya**

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam penelitian selanjutnya dalam kajian yang sama dengan variabel yang berbeda.



## F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian ini hanya berfokus pada variabel *independen* dan variabel *dependen* yang ada. Variabel *independennya* yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan atribut produk syariah ( $X_2$ ) serta variabel *dependennya*, yaitu kepuasan konsumen ( $Y$ ).

Keterbatasan penelitian hanya berfokus pada judul, yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen pada Gerai Ayam Geprek Sa’i Blitar.”

## G. Penegasan Istilah

### 1. Secara Konseptual

Secara konseptual, yang dimaksud dengan “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen pada Gerai Ayam Geprek Sa’i Blitar” adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas pelayanan merupakan sebuah komponen yang perlu diwujudkan dalam setiap perusahaan karena kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam mendatangkan konsumen baru dan meminimalisir berpindahnya konsumen lama ke produk atau perusahaan lain.<sup>10</sup>
- b. Atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh konsumen.<sup>11</sup>
- c. Kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan ketika keinginan, kebutuhan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi oleh produk- produk yang dikonsumsi.<sup>12</sup>

### 2. Secara Operasional

---

<sup>10</sup> Handi Irawan D, *Sepuluh Prinsip Keputusan pelanggan*, (Jakarta: Elexmedia Komputindo, 2002) hal. 37

<sup>11</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, BPFE, Yogyakarta, 1995, hlm. 188.

<sup>12</sup> Vincent Gaspersz, *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Bisnis Edisi Revisi dan Perluasan*, (Jakarta: Gramedia, 2006), hlm. 117

- 1) Kualitas pelayanan (X1) yaitu sebuah komponen yang perlu diwujudkan dalam setiap perusahaan karena kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam mendatangkan konsumen baru dan meminimalisir berpindahnya konsumen lama ke produk atau perusahaan lain. Pada umumnya bagi para konsumen akan mendapatkan kepuasan tersendiri ketika perusahaan memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan pembeli tersebut.
- 2) Atribut Produk Syariah (X2) yaitu unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen berdasarkan prinsip-prinsip syariah.
- 3) Kepuasan konsumen (Y) yaitu suatu keadaan ketika keinginan, kebutuhan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi oleh produk- produk yang dikonsumsi. keinginan, kebutuhan dan harapan yang terpenuhi mampu memberikan kesan yang baik sehingga pelanggan memiliki perasaan senang dalam mengonsumsi produk terkait dan berpotensi menjadi pelanggan tetap.

## **H. Sistematika Penulisan Skripsi**

### **1. Bagian Awal**

Bagian awal penulisan skripsi adalah bagian paling menarik, karena terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman

persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, halaman transliterasi dan halaman abstrak.

## 2. Bagian Isi

Terdiri dari beberapa bab, diantaranya:

Bab I Pendahuluan, pada bab ini berisi pengenalan dari isi skripsi, yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II Landasan Teori, pada bab ini akan dijelaskan mengenai variabel dependen dan variabel independen, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

Bab III Metode Penelitian, pada bab ini berisi cara yang digunakan dalam proses penelitian, yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, sampel penelitian, sumber data, variabel, dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, lokasi penelitian, serta teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian, pada bab ini berisi deskripsi data dan hasil pengujian hipotesis yang ditunjukkan dari uji statistik. Selain itu juga menunjukkan temuan dari hasil penelitian untuk masing-masing variabel.

Bab V Pembahasan, pada bab ini berisi jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian, berisi penjabaran dari hasil penelitian dengan cara pendeskripsian data hasil uji statistik.

Bab VI Penutup, pada bab ini merupakan bagian menuju akhir skripsi yang meliputi kesimpulan dan saran-saran.

## 3. Bagian akhir

Bagian akhir merupakan bagian yang paling akhir dari penulisan skripsi yang meliputi daftar pustaka, daftar riwayat hidup, dan lampiran-

lampiran.